



Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine

97-3 | 2009

Le tourisme montagnard au crible de la durabilité

De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ?

Réflexions à partir du cas français

Philippe Bourdeau



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rga/1049>

DOI : 10.4000/rga.1049

ISSN : 1760-7426

Éditeur

Association pour la diffusion de la recherche alpine

Référence électronique

Philippe Bourdeau, « De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ? », *Revue de Géographie Alpine | Journal of Alpine Research* [En ligne], 97-3 | 2009, mis en ligne le 09 décembre 2009, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rga/1049> ; DOI : 10.4000/rga.1049

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.



La *Revue de Géographie Alpine* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ?

Réflexions à partir du cas français

Philippe Bourdeau

- 1 L'univers du tourisme de montagne européen est marqué par de nombreuses incertitudes et facteurs de crise structurels dont le changement climatique constitue un révélateur, et souvent un accélérateur : concurrence d'autres destinations touristiques, fracture croissante entre grandes et petites stations, nouvelles pratiques récréatives, vieillissement de la population touristique, exigences accrues de qualité environnementale, question sociale du travail saisonnier, gestion des risques (Bourdeau et al., 2007). Pour de nombreux observateurs, le système touristique basé sur les sports d'hiver hérité de la seconde moitié du XX^e siècle repose depuis longtemps (Knafou, 1991) sur un modèle « épuisé », et fait face à une profonde recomposition qui implique de drastiques adaptations. Mais si la « la montagne ne fait plus rêver »¹ comme le concèdent de plus en plus d'observateurs, c'est peut-être aussi parce que le modèle industriel du tourisme caractérisé par la standardisation de l'offre, la spécialisation saisonnière, la dépendance vis-à-vis du marché immobilier et la banalisation paysagère et expérientielle atteignent des limites en matière de durabilité. L'apport d'autres modèles plus souples, diversifiés, créatifs et soutenables peut alors être examiné.

Un « rêve blanc » qui s'estompe ?

- 2 En Europe occidentale, le ski n'est plus aujourd'hui un indicateur d'ascension sociale comme dans les années 1960-1970. Les sports d'hiver font de plus en plus figure de « niche » touristique réservée à une clientèle internationale ou à des skieurs de proximité. Cette situation nourrit un sévère bilan critique, qui est accentué par les particularités de la situation française en comparaison avec des pays comme la Suisse et l'Autriche (Moreau, 2004), tant en ce qui concerne les options d'aménagement retenues que le statut très périphérique de la montagne et du ski. La stratégie de croissance en

valeur (montée en gamme, augmentation du prix des forfaits...), privilégiée par les opérateurs touristiques sur une croissance en volume de fréquentation, accentue le caractère élitiste des sports d'hiver. En France, le taux de départ aux sports d'hiver est ainsi inférieur à 8 % de la population, et de 2 à 3 % des pratiquants « consomment » 70 à 80 % des journées-skieurs (Berlioz, 2006). Dans ce contexte, les opérateurs concernés, qu'ils soient privés ou publics, semblent avoir renoncé à la « démocratisation » du tourisme de montagne annoncée dans les années 1970, ce que confirme l'expulsion de fait des différentes formes de tourisme social (colonies, camps, classes de neige) de la plupart des grandes stations par la pression foncière et immobilière et une réglementation tatillonne. Dans le même temps, le parc de remontées mécaniques (plus de 3800 appareils) est considéré comme passablement vieilli et fait l'objet d'un rythme de renouvellement insuffisant –surtout dans les stations de moyenne montagne– et dans de nombreux cas, les travaux réalisés sollicitent la contribution financière répétée des collectivités territoriales.

- 3 Au-delà de ce constat, il faut évidemment s'interroger sur la lecture quasi permanente des sports d'hiver en termes de crise qui est faite depuis plus de trente ans par les journalistes ou les chercheurs, et, plus récemment, de l'intérieur, par un nombre croissant d'opérateurs. Sur fond de changement climatique et de fin du pétrole bon marché, alors que l'assise démographique et sociale des sports d'hiver se réduit et que leur géographie se replie sur un nombre restreint de sites, cette eschatologie du ski comme « tradition menacée » et du skieur comme « espèce en voie de disparition » tend indéniablement à se renforcer, au delà d'un flagrant effet de « marronnier » médiatique.

Enjeux de repositionnement : dérive industrielle ou relance culturelle et territoriale ?

- 4 L'évidence structurelle de l'« industrie touristique » alpine s'impose par l'ampleur des réalisations qui rythment l'espace et le temps des stations et des vallées de montagne : construction immobilière, « métros des neiges », téléphériques géants, *aquadomes*... Bien entendu, la création et la gestion des stations selon des règles de rationalité et d'efficacité prévalent dès les années 1960 et 1970, notamment en France. Mais c'est avec la montée en puissance d'enjeux de compétitivité et de qualité, avec le poids de plus en plus fort de la clientèle internationale, ou encore l'inflation des investissements dans la neige de culture et les remontées mécaniques dans les années 1990 et 2000 que le tourisme alpin s'est industrialisé et financiarisé. Pourtant, malgré la puissance idéologique, économique et médiatique du modèle industriel du tourisme, ses limites (minorité de stations concernées, standardisation de l'offre, spécialisation saisonnière, dépendance vis-à-vis du marché immobilier, rigidité face à l'évolution de la demande...) invitent à renouveler l'attention portée aux références culturelles et territoriales, afin de repenser la question de l'innovation touristique dans une perspective de durabilité accrue :

- réfléchir en termes de pratiques et d'expériences et non seulement en termes d'équipement et de consommation pour aborder la demande touristique ;
- (re)donner de l'importance aux processus non-marchands comme pratiques sociales et facteurs de créativité ;
- penser la « compétitivité » de manière globale en termes de qualité environnementale (Leidner, 2004), de qualité de l'expérience vécue par le visiteur, de qualité de vie des professionnels du tourisme et des habitants ;

- poser la question des limites (définition, gestion...) dans la normalisation, la standardisation et la marchandisation des espaces récréatifs ; et ne pas limiter la représentation spatiale du tourisme aux seules stations.
- 5 Sur le plan géoculturel, une revue de presse des magazines spécialisés de ski et de snowboard relève sans surprise la permanence des icônes et des slogans riches en promesses de neige poudreuse et de sensations... Mais un examen plus approfondi révèle une fragmentation géoculturelle croissante entre les figures de la glisse urbaine (*wall-ride*, omniprésence des références aux bâtiments et structures industrielles : béton, goudron, camions, *quads*, hélicoptères...) et les figures du voyage et des « spots » exotiques (Cachemire, Kamtchatka, Colombie britannique, Australie...). A l'exception des quelques espaces publicitaires qui leur sont dédiés, les stations de sports d'hiver semblent de plus en plus inscrites en creux dans ce paysage médiatique. Cet effacement relatif se manifeste tout d'abord, par la prééminence des marques de matériel dans les contenus publicitaires et rédactionnels, comme dans la définition de l'appartenance des « *riders* » de haut niveau. Mais il se lit aussi de plus en plus dans l'ancrage urbain des dynamiques d'hybridations sportives et festives comme l'*Air & style* qui réunit sur la même scène snowboard, moto-cross et concert musical à Munich, ou encore l'« *Imperium & technine harbour rail jam* » organisé dans le port d'Anvers. Le climat n'est donc pas la seule variable de mutation de l'univers des sports d'hiver. Un changement de mythologie touristique s'opère également et introduit dans les stations, mais aussi entre elles et en dehors d'elles, de nouveaux usages de l'espace et de nouvelles formes de pratique des sports de neige. En témoignent aussi les multiples raids, camps et circuits itinérants qui se jouent ostensiblement de l'univers statique des stations tout en s'appuyant ponctuellement sur elles.
 - 6 La notion de station comme unité de lieu, de temps et d'action, basée sur la cohérence fonctionnelle du triptyque « hébergement-remontées mécaniques-pistes », peut ainsi se trouver contournée ou détournée par de nouvelles lectures du terrain de jeu montagnard. Citons par exemple le contraste saisissant qui peut être observé entre la course au gigantisme dans l'extension et l'interconnexion des domaines skiables, et la micro-échelle spatiale à laquelle semblent se situer les pratiques émergentes des jeunes glisseurs. Le module d'un *snowpark*, mais aussi de plus en plus une banale pente, une bosse « améliorée », un rocher, un tronc d'arbre, un escalier enneigé ou une porte de bâtiment, deviennent les supports possibles d'une expression centrée sur la gestuelle et le partage des émotions, dans laquelle le façonnage et le bricolage « sur mesure » du terrain avec des outils simples (mains, pelle à neige...) prennent une place à part entière alors que le recours aux remontées mécaniques devient accessoire ou superflu. Ces jeux sélectifs ou alternatifs avec les ressources standardisées offertes par les stations, qui favorisent la proximité, la simplicité, l'interstice ou l'écart –et s'accommodent volontiers d'un enneigement déficient–, se retrouvent aussi dans les aspirations de beaucoup de visiteurs à sortir des pistes ou à chercher entre les pistes des terrains d'expression ludique renouvelés, à skis, en raquettes à neige ou à pied.
 - 7 Dans ce contexte, l'enjeu de l'innovation dans le tourisme de montagne ne se limite pas à doter les stations d'une nouvelle ingénierie d'animation ludique, mais consiste aussi à repenser le rôle des skieurs et visiteurs dans l'expérience située qu'ils vivent, à reconsidérer la place de la culture par rapport aux aménagements, et au delà à relancer le sens des pratiques récréatives dans une perspective de spontanéité créatrice et d'autonomie accrue. Ceci en gardant à l'esprit qu'un lieu touristique ne se réduit pas à des

qualités géographiques (paysage, climat, etc.), infrastructurelles (logements, remontées mécaniques, pistes...), organisationnelles et fonctionnelles (services d'accueil, écoles de ski...). Il est aussi façonné par l'histoire, par des épopées et des mythes, par un ancrage dans un territoire, par des jeux de coopération et de tension qui impliquent des habitants, des professionnels et des visiteurs. Il repose sur une « ambiance » qui lui confère une identité (Corneloup, 2007). C'est en ce sens que le modèle culturel et territorial du tourisme recèle une force patrimoniale, des capillarités structurelles, une ouverture et une souplesse fonctionnelle qui lui confèrent de nombreux atouts par rapport au modèle industriel. L'un des plus intéressants est son aptitude accrue à sortir de la logique insulaire, voire extraterritoriale, dans laquelle les stations tendent à s'enfermer : interactions entre pratiques récréatives en station et hors-station, « ponts » entre activités et opérateurs, complémentarités saisonnières, relations entre stations, vallées et villages, aptitude à accueillir une population permanente, capacité de diversification économique... Plus qu'une norme, c'est un anti-modèle qui se dessine alors, dans la mesure où ce sont les singularités de chaque destination qui sont au centre de la relation qu'elle noue avec ses visiteurs.

La qualité environnementale : « révélation » récente ou révolution lente ?

- 8 C'est par le biais d'une réflexion à marche forcée sur la qualité touristique, dans le contexte de crise de fréquentation de la fin des années 1980, qu'a émergé lentement la question environnementale dans l'univers des stations de montagne. Dans les Alpes françaises, la réaction des opérateurs touristiques s'est limitée durant toute la décennie 1990 à une repentance néo-patrimoniale d'ordre esthétique (Wozniak, 2006) : les stations font leur lifting et se parent alors de « vrais-faux vieux chalets tyroliens » pendant que des bardages, pièces de charpente « à l'ancienne » et autres chenaux en cuivre recouvrent les façades et les toits des bâtiments existants. Malgré les fortes pressions exercées par des organisations non gouvernementales, il faut encore attendre le milieu des années 2000 pour que la question environnementale acquière une véritable légitimité. Sur fond de déficit d'enneigement, l'hiver 2006-2007 a pris ainsi des airs de « temps de la révélation » : événements consacrés à la question environnementale (premier forum international « Les stations s'engagent pour la planète » à Avoriaz, les « Ateliers de la terre » à Courchevel...) ; approvisionnement en énergie renouvelable de plusieurs stations françaises (Chamrousse, Serre-Chevalier) ; démarches de certification environnementale ISO 14001 et Qualité Sécurité Environnement (Les Ménuires, Montgenèvre) ; réalisation de bilans d'émissions de gaz à effet de serre. Même si la crédibilité de ces démarches est souvent mise en cause comme simple « verdissement » (*greenwashing*), le lancement de la « Charte nationale en faveur du Développement durable dans les Stations de Montagne » par l'Association Nationale des Maires des Stations de Montagne (Ski France, 2007) semble indiquer qu'un volontarisme environnemental est désormais devenu irréversible, même s'il ne va pas sans tensions et controverses.
- 9 Pour autant, le consensus sur les exigences de qualité environnementale des sports d'hiver n'est pas exempt de contradictions majeures dont les plus épineuses peuvent être désignées comme le syndrome « AIE ! » (Automobile-Immobilier-Enneigement artificiel). L'automobile, vecteur majeur de la massification du tourisme et moyen d'accès privilégié aux stations pour plus de 80 % des nuitées, est en montagne comme ailleurs une source

paradoxe de liberté de mouvement, mais aussi de contraintes et d'impacts. Au-delà de la question de la saturation saisonnière des accès routiers aux stations, la problématique de la place de l'automobile au sein de celles-ci (circulation, stationnement, bruit, pollution, relation avec les piétons...) est aujourd'hui un véritable défi, en été comme en hiver.

Le deuxième « moteur et frein » du tourisme d'hiver est l'immobilier. Il est couramment admis par les observateurs et les opérateurs concernés que, depuis quarante ans, la construction immobilière joue un rôle de financement externe des investissements dans les remontées mécaniques (Berlioz, 2006). Environ 20 000 lits nouveaux sont construits chaque année dans les Alpes françaises du Nord, alors que le découplage entre fréquentation sportive et marché immobilier ne cesse de s'accroître. Cette fuite en avant immobilière est largement liée aux effets pervers de mesures d'incitation fiscale, comme le montre l'exemple du dispositif des Zones de revitalisation rurale (ZRR) initié en 1995 : plus de la moitié des crédits pour la période 2000-2002 se sont concentrés sur six communes de Maurienne, alors que 20 000 communes françaises étaient éligibles (Mountain Wilderness, 2004). Ce qui ne résout même pas toujours le problème des gestionnaires de stations, qui est de compenser la sortie de nombreux lits du marché locatif, du fait de l'obsolescence ou de stratégies spéculatives.

L'enneigement industriel est la dernière solution-problème du triptyque « AIE ». Quasi unique palliatif choisi face au déficit de neige naturelle, il apparaît aussi de plus en plus comme une source croissante d'impacts environnementaux et socioéconomiques désormais relevés par la plupart des observateurs (OCDE, 2007 ; CIPRA, 2004 ; 2006) : artificialisation accentuée des domaines skiables du fait de travaux d'installation d'*enneigeurs* et de reprofilage des pistes, conséquences sur la biodiversité, surconsommation d'énergie et d'eau. La question de l'approvisionnement en eau des équipements d'enneigement, très médiatique et conflictuelle, est particulièrement emblématique de la globalité des problèmes posés, qu'il s'agisse de la modification du régime des eaux des torrents et de la réduction de biodiversité qui en résulte, de la construction et de l'approvisionnement des retenues collinaires de plus en plus nombreuses et de plus en plus vastes, de la concurrence avec l'approvisionnement en eau potable et de la perte d'eau par évaporation. Mais les conditions de production industrielle de neige sont aussi de plus en plus problématiques sur le plan écologique et énergétique, notamment quand il s'agit de fabriquer de la neige par températures positives.

- 10 Face à ce cumul de handicaps structurels et fonctionnels, le recours à des solutions de communication « verte » est fréquemment observé : publicité, labellisations autoproclamées et jamais évaluées, certifications peu ambitieuses malgré les effets d'annonce. On notera malgré tout l'élévation significative du niveau d'exigences du public, des médias et des opérateurs eux-mêmes, ces derniers se retrouvant de plus en plus soit pris au jeu, soit pris au piège des positions volontaristes qu'ils sont contraints d'afficher.

Les Alpes comme champ d'expérimentation post-touristique ?

- 11 Alors que la ville se ré-enchantre grâce à l'écologie urbaine et s'exotise –des *snow-domes* à Paris-Plage–, une remise en cause de l'utopie et de l'uchronie touristiques (Bourdeau et al., 2006) semble observable sur fond de multiples facteurs de crise : démographique,

climatique, énergétique, économique, identitaire (altérité anxiogène, culpabilité) et sécuritaire (attentats sur les lieux touristiques).

- 12 C'est dans ce contexte que se manifeste entre autres la relance d'un imaginaire récréatif de proximité, illustré par de nombreuses campagnes de communication locales et régionales dans lesquelles des slogans comme « Se sentir bien sans aller loin »², ou encore « Madagascar ? Non, Jura ! »³ se banalisent. De même, dans la campagne « explorez des mondes insolites »⁴ des chemins de fer helvétiques les images des Alpes se télescopent avec celles d'astronautes, du monstre du Loch Ness ou de King Kong à New York... Dans ce télescopage de références géographiques, qui joue avec le dépassement de la rupture traditionnelle entre les espaces, les temps et les pratiques du quotidien et du hors-quotidien, c'est une hybridation croissante entre enracinement et mobilité, travail et loisir, fonctions résidentielles, productives et récréatives, tourisme de proximité et de séjour, visiteurs et visités qui s'opère. Ce mouvement correspond aussi à de multiples relectures des espaces et temps de proximité, qui transfigurent leur banalité et donnent lieu à la (re)découverte de multiples expériences. Sur un registre plus classique, le *revival* de beaucoup de très petites stations de sport d'hiver dans les Alpes françaises semble tout aussi révélateur : malgré leur disparition annoncée et le désintérêt de la plupart des opérateurs privés et publics, ces lieux modestes et disqualifiés depuis longtemps dans le monde du « grand ski » ont vu leur fréquentation relancée depuis le début des années 2000 : moins chères, moins marchandisées, moins urbanisées et artificialisées que les stations « compétitives », elles offrent aux amateurs de neige des expériences plus conviviales, en partie affranchies des jeux de distinction sociale... et surtout plus proches de leurs lieux de vie même si la neige n'est pas toujours au rendez-vous. Parmi ces lieux retrouvés et parfois réinventés, citons le Col de Porte près de Grenoble, où un groupe d'étudiants associés à un opérateur local a redonné vie pendant plusieurs années à un lieu historique du ski français à partir d'une dynamique festive et contre-culturelle...
- 13 Bien sûr, il est possible d'interpréter de telles mutations en terme de crise du tourisme, et de montrer qu'elles suscitent le développement d'un *tourisme de crise*, notamment basé sur des ébauches encore incertaines de relocalisation du rapport entre l'Ici et l'Ailleurs. Mais il est encore plus intéressant de les analyser à l'aide de la grille de lecture imparfaite et provisoire du post-tourisme. Au-delà de phénomènes de transition et de reconversion résidentielle des stations et régions touristiques, le post-tourisme rend compte d'un changement de statut des pratiques et lieux touristiques dans le contexte de la globalisation et de la post-modernité territoriale : migrations d'agrément (Perlik, 2006) et transition résidentielle sur les lieux touristiques (Viard, 2006), remise en cause de l'utopie et de l'uchronie touristiques, recherche de continuités entre pratiques (récréatives, sociales, culturelles, spatiales...) de vacances et pratiques quotidiennes (Urry, 2002), métissage des temps, lieux et activités (professionnelles, culturelles, sociales...), touristification des lieux urbains ou ruraux ordinaires, tourisme expérimental et néo-situationnisme, nouveaux rapports ville-montagne dans le cadre de la métropolisation, ré-enchantement du quotidien urbain, dépassement de l'unité de temps, de lieu et d'action incarné par la notion de station, revendication montante de pratiques récréatives de proximité, augmentation du nombre de jours de vacances passés au domicile, comportements de renoncement ou de refus « choisis » vis-à-vis du départ en vacances... Cette acception extensive du post-tourisme désigne donc le dépassement des cadres de pensée, de structuration et de pratique du tourisme à la fois du fait de l'évolution sociétale globale et de l'évolution sectorielle du champ récréatif. Elle suppose,

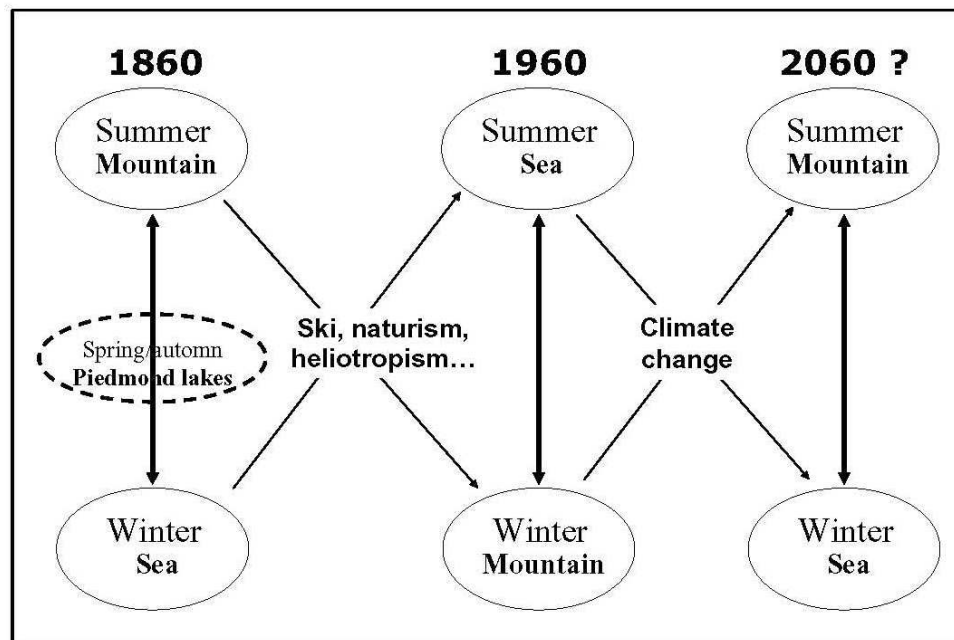
pour l'observateur, la mobilisation de nouvelles perspectives heuristiques et de nouveaux indicateurs : passage du séjour à l'habiter (Lazzarotti, 2001 ; Stock, 2004 et 2006), de l'économie touristique à l'économie présentielle (Davézies, 2008), du touriste au « récréatif » à la fois résident et visiteur permanent (Lajarge, 2006).

Sortir du tout-ski, du tout-neige ou du tout-tourisme ?

- 14 Comme toute mutation, celle du tourisme alpin s'inscrit dans un jeu de permanences et de changements. La première moitié du XX^e siècle a vu s'opérer une révolution spatio-temporelle du tourisme : la mer est devenue la destination estivale dominante pendant que la montagne s'affirmait comme destination hivernale privilégiée, soit une inversion complète des polarités géographiques et saisonnières du tourisme par rapport à la situation initiale des XVIII^e et XIX^e siècles. Ce basculement lié à des facteurs essentiellement géoculturels (montée de l'héliotropisme, évolution du rapport au corps, développement du ski, massification des pratiques récréatives...) a évidemment beaucoup sollicité la capacité d'adaptation des opérateurs et territoires touristiques. Tout en étant fondateur du tourisme contemporain, cet équilibre géo-saisonnier ne peut évidemment être considéré comme une donnée immuable. Des observateurs attentifs ne manquent d'ailleurs pas de suggérer que le changement climatique en cours, agissant comme catalyseur des mutations structurelles du tourisme (Elsasser, 2001), pourrait susciter à terme une nouvelle repolarisation spatio-temporelle (Figure 1). On assisterait donc à une sorte de « retour aux sources » du tourisme avec des flux estivaux orientés vers la montagne en tant que « zone climatisée » naturelle, et des flux hivernaux drainés par des littoraux offrant une grande diversité d'activités balnéaires, nautiques et de bien-être...
- 15 Un tel phénomène qui s'opère à l'échelle de plusieurs décennies éclaire largement l'effet d'incertitude qui frappe le tourisme de montagne depuis vingt ans. Lui même vecteur d'une économie de substitution par rapport à l'agriculture et à l'industrie de montagne, le secteur touristique se voit désormais confronté aux limites de sa propre stabilité, voire de sa pérennité. Sans perdre de vue ni la diversité des configurations touristiques locales et régionales, ni la pluralité des variables qui pèsent sur l'avenir de ce secteur, il semble donc urgent de dépasser un certain nombre de certitudes ou de routines. Ce « pas de côté » ne saurait se satisfaire d'un simple *aggiornamento* tactique, par exemple en termes de marketing et de communication, mais doit constituer un véritable retournement stratégique. La préoccupation de diversification liée à l'atténuation des effets du changement climatique ne repose donc pas seulement sur une offre de nouvelles activités récréatives (déjà très éteinte), mais aussi sur l'intérêt porté à de nouveaux espaces, de nouveaux publics, de nouveaux temps, de nouveaux sens et de nouveaux modes d'intelligence culturelle et territoriale du tourisme (Bourdeau et al., 2007). Ceci grâce à l'affirmation de la légitimité d'une pluralité d'acteurs et d'opérateurs, de modes de travail, de choix de vie professionnelle, de vie quotidienne et de modèles récréatifs qu'un modèle purement industriel et marketing du tourisme ne saurait suffire à stimuler et à intégrer.
- 16 Face à la force des enjeux et à la diversité et des facteurs de mutation à prendre en compte, les multiples processus à l'œuvre dans la sphère touristique constituent autant de marges d'action : dynamiques d'ancrage territorial et culturel, régulation par les acteurs publics et la société civile, exigences de qualité environnementale, gestion raisonnée des risques, vitalité et créativité du secteur non-marchand, complémentarité

été-hiver, vertus de la pluriactivité touristique et non-touristique, affirmation de l'entre-deux récréatif-résidentiel, rôle des *outsiders* (petites stations, petits massifs), montée des intermittences touristiques (années avec ou sans neige), renouveau du tourisme contemplatif et patrimonial, renaissance du climatisme et d'un néo-thermalisme (*wellness*)... Dans ces conditions, la sortie du « tout ski » peut ainsi être sereinement envisagée comme une sortie du « tout neige » et même du « tout tourisme ».

Figure 1. Towards a new seasonal reversal of tourism polarities?



Ph. Bourdeau

BIBLIOGRAPHIE

- ARNAUD D., 1975. – *La neige empoisonnée*. Paris, A. Moreau.
- BERLIOZ F., 2006. – *Les données de base de la connaissance : analyse des évolutions, impact sur le devenir du tourisme en montagne*. Challes-Les-Eaux (France), Direction des études et de l'aménagement touristique de la montagne / Observation, développement et ingénierie touristiques (DEATM-ODIT).
- BOURDEAU PH. (Dir.), 2006. – *La montagne, terrain de jeu et d'enjeu*. Ed. du Fourmel, L'Argentière-la-Bessée.
- BOURDEAU PH. (Dir.), 2007. – *Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle ?* Lavoisier, Paris.

- BURKI R., ELSASSER H., ABEGG B., KOENIG U., 2005. – « Climate Change and Tourism in the Swiss Alps ». In M. Hall, J. Higman (dir.), *Tourism, Recreation and Climate Change*. Clevedon, Channel View Publications, pp. 155-163.
- CHEVALIER M., 1996. – « Paroles de modernités. Pour une relecture culturelle de la station de sports d'hiver moderne ». *Revue de géographie alpine*, n° 3, pp. 29-39.
- COMMISSION INTERNATIONALE POUR LA PROTECTION DES ALPES (CIPRA), 2004. – *L'enneigement artificiel dans l'arc alpin*. Rapport de synthèse, [Source : www.alpmedia.net].
- COMMISSION INTERNATIONALE POUR LA PROTECTION DES ALPES (CIPRA), 2006. – « Le tourisme d'hiver en mutation. Skier aujourd'hui et pour toujours, amen ? ». *Cipra Info*, n° 81, numéro thématique.
- COGNAT B., 1973. – *La montagne colonisée*. Paris, Le Cerf.
- CORNELOUP J., 2007. – « Ambiance et univers culturels dans les stations de sports d'hiver ». In P. Bourdeau (dir.), *Les sports d'hiver en mutation. Crise ou révolution géoculturelle ?* Hermès-Lavoisier, Paris, pp. 183-193.
- DAVÉZIES L., 2008. – *La République et ses territoires. La circulation invisible des richesses*. Le Seuil, Paris.
- DI RUZZA F., GERBIER B., 1977. – *Ski en crise ; le grand cirque blanc : du profit à la compétition*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- ELSASSER H., MESSERLI P., 2001. – "The Vulnerability of the Snow Industry in the Swiss Alps". *Mountain Research and Development*, Vol. 21.4, pp. 335-339.
- KNAFOU R., 1991. – « La crise du tourisme dans les montagnes françaises. Un système qui a fait ses preuves et son temps ». *Dossier de la Revue de géographie alpine*, n° 6, pp. 13-21.
- LAJARGE R., 2006. – « Des parcs sans jardin et des récréatifs sans touristes ? ». In *Tourisme en campagne : scénarios pour le futur*. POUR n° 191, Paris, pp.42-46.
- LAZZAROTTI O., 2001. – *Les raisons de l'habiter*. Habilitation à diriger les recherches, Université de Paris 7-Denis Diderot.
- LEİDNER R., 2004. – *The European tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy*. Office for official publications of the European Commission, Luxembourg.
- MOUNTAIN WILDERNESS, 2004. – *La quête de l'or blanc*. Bulletin n° 61, Grenoble.
- MOREAU P., 2004. – *Étude sur le positionnement de l'offre française de sports d'hiver*. Rapport au Service d'études et d'aménagement touristique de la montagne (SEATM).
- ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE), 2007. – *Changement climatique dans les Alpes européennes : adapter le tourisme d'hiver et la gestion des risques naturels*. OCDE, Synthèse de l'étude sur [www.oecd.org].
- PERLIK M., 2006. – "The Specifics of Amenity migration in the European Alps". In Moss L.A.G. (ed.), *The Amenity Migrants: Seeking and sustaining Mountains and their Cultures*. CAB International, pp. 215-231.
- SKI FRANCE, 2007. – *Charte nationale en faveur du Développement durable dans les Stations de Montagne*. Association Nationale des Maires des Stations de Montagne http://www.avenue-web.net/_generateur/Documents/76/1/3159_charteenvironnement.pdf, consulté le 1/05/2009.
- STOCK M., 2004. – « L'habiter comme pratique des lieux géographiques ». *EspacesTemps.net*, Textuel, 18.12.2004 <http://espacestems.net/document1138.html>

STOCK M., 2006. – « L'hypothèse de l'habiter poly-topique : pratiquer les lieux géographiques dans les sociétés à individus mobiles ». *EspacesTemps.net*, Textuel, 26.02.2006 <http://espacestemp.net/document1853.html>

URRY J., 2002. – *The Tourist Gaze*. Sage publications, London.

VIARD J., 2006. – *Eloge de la mobilité*. L'Aube, La Tour d'Aigues.

Wozniak M., 2006. – « L'architecture dans l'aventure des sports d'hiver. Stations de Tarentaise 1945-2000 ». *Mémoires et Documents, L'Histoire en Savoie*. Chambéry, Société savoisienne d'histoire et d'archéologie / Fondation pour l'action culturelle internationale en montagne.

NOTES

1. *Montagne Leaders* n°202, Août 2007.
2. Comité régional du Tourisme Rhône-Alpes, 2005.
3. Comité Départemental du Tourisme du Jura, 2008.
4. Chemins de fer fédéraux suisses CFF, 2008.

RÉSUMÉS

Les sports d'hiver occupent une place de premier plan dans le tourisme européen, non seulement du fait de leur poids économique dans les régions de montagne, mais aussi par leur forte dimension symbolique dans la « civilisation des loisirs ». Pourtant l'univers du tourisme hivernal est parcouru par de nombreuses incertitudes liées au changement climatique, mais aussi à des évolutions et des ruptures structurelles qui remettent en question le modèle de développement sur lequel il repose. Ce contexte de mutation permet d'interroger les limites du modèle industriel qui a présidé à l'aménagement des Alpes pour la pratique du ski et d'examiner des figures d'avenir alternatives au « tout ski » et même au « tout tourisme ».

Winter sports occupy a prominent place in European tourism, not only because of their economic importance in mountainous areas but also due to their major symbolic significance in the "leisure civilisation". Yet the world of winter tourism is full of uncertainties connected with climate change and also with evolutions and structural breaks that call into question the development model on which it is based. This context of profound change gives us the opportunity to question the limits of the industrial model that has governed the development of the Alps for the practice of skiing and to examine alternative future scenarios to "all-out skiing" and even "all-out tourism".

INDEX

Mots-clés : Alpes, post-tourisme, stations de sports d'hiver, tourisme

Keywords : Alps, post-tourism, tourism, winter sports resorts

AUTEUR

PHILIPPE BOURDEAU

Institut de Géographie Alpine, UMR Territoires-PACTE, Université de Grenoble,
ph.bourdeau@free.fr